

Л.С.Стригуль, НТУ “ХП”, м. Харків

РОЗМІЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ В СВІТІ ПОНЯТТЯ УКРАЇНСЬКОГО БРЕНДУ

На даному етапі економічного розвитку нашої країни загальний стан розробки системи інвестиційно-інноваційного управління не можна назвати задовільним. Причини такої оцінки полягають в складності моделювання фінансово-економічних процесів при переході до ринкової економіки. Існуючий стан економіки характеризується високими та складнопрогнозуємими темпами інфляції, змінами цінової структури, тривалим реформуванням податкового законодавства та систем пільг, а також непередбаченістю рішень, що приймаються урядом. Перелічені обставини призводять до необхідності адаптації існуючих сучасних стандартних методик направленостей інвестування к умовам переходу до ринкової економіки з врахуванням реальних українських умов.

В сучасних умовах складного кризового стану економіки нашої країни одним з найважливіших методів виходу з кризи, є загальна зміна інвестиційної політики з широкоорієнтованого розташування інвестицій взагалі по галузям - на більш “адресну”, тобто орієнтовану на конкретний український бренд. “Слоганом” інвестиційно-інноваційної діяльності економічних досліджень країни повинно бути: “Мислити – глобально, діяти – локально”. Тобто, у першу чергу, більшим пріоритетом в отриманні інвестиційних коштів повинні користуватися підприємства, що за попередні часи існування у стані Радянського Союзу набули гучної слави, як національного бренду, що взагалі вже мають, так би мовити, “розкручене ім’я”.